

11.11.2013 - 10:52 Uhr

Top-Recruiting-Event BAINWORKS in Lissabon / Bain bildet Unternehmer aus

München/Zürich (ots) -

- Viele Bain-Alumni gründen nach ihrer Beratertätigkeit ihr eigenes Unternehmen
- Analytisches Denken, Leidenschaft und die Fähigkeit, mit begrenzten Ressourcen beste Ergebnisse zu erzielen, zeichnen Berater wie Unternehmer aus
- Am Top-Recruiting-Event BAINWORKS haben 40 junge Talente unterschiedlichster Fachrichtungen teilgenommen

Ein Unternehmen aufzubauen ist gerade für junge Gründer eine spannende Herausforderung. Bei ihrem diesjährigen Top-Recruiting-Event BAINWORKS in Lissabon hat die internationale Managementberatung Bain & Company den Teilnehmern die dazu nötigen Fähigkeiten und Kenntnisse vermittelt. Das Thema ist nicht zufällig gewählt. Hinter bekannten Start-ups wie Westwing Home & Living oder Planet Sports stehen Bain-Alumni. Während ihrer Zeit als Berater haben sie vieles gelernt, was ihnen heute in ihren Unternehmen hilft.

Aus den Garagen des Silicon Valley sind sie verschwunden, die Zahl junger, dynamischer und innovativer Start-ups aber nimmt nicht ab. Für die Wirtschaft sind sie weltweit seit Jahren wichtige Impulsgeber. Doch erst ein tragfähiges Geschäftsmodell, das auf Wachstum ausgerichtet ist, gepaart mit der Leidenschaft der Gründer macht ein Start-up wirklich erfolgreich. Analytisches und strategisches Denken ist dafür ebenso wichtig wie die Fähigkeit, mit begrenzten Ressourcen die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen - Eigenschaften, die auch bei einer Managementberatung wie Bain entscheidend sind.

Davon hat Stefan Smalla profitiert, als er 2011 mit seinen Geschäftspartnern Westwing Home & Living gründete. Nach sieben Jahren bei Bain etablierte er den deutschlandweit ersten Onlineshopping-Club für Wohnaccessoires und Möbel im stark wachsenden E-Commerce-Markt. Westwing bietet ausgewählte Produkte von Marken- und Insiderherstellern zu attraktiven Preisen an. Das Geschäftsmodell lockt Kunden, fordert aber von den Gründern viel unternehmerisches Geschick. Treffsichere Analysen und schnelle Entscheidungen sind gefragt.

Dass Smalla diese Anforderungen beherrscht, verdankt er auch seiner Ausbildung als Berater, die sein Gespür für wirtschaftliche Prozesse und Ergebnisorientierung geschult hat. "Hochkomplexe Fragen in sehr kurzer Zeit zu lösen und aus verschiedensten Optionen das auszuwählen, was man letztendlich machen will - das kennzeichnet sowohl ein typisches Bain-Projekt als auch Unternehmertum im E-Commerce", erklärt der Westwing-Geschäftsführer. Der Erfolg gibt ihm recht: Bereits nach zwei Jahren zählt Westwing mehr als neun Millionen Mitglieder in zehn Ländern und der jährliche Umsatz beläuft sich auf über 140 Millionen Euro. Damit diese Entwicklung anhält, baut Smalla auf das weltweite Netzwerk seiner ehemaligen Kollegen: Mittlerweile sind ein halbes Dutzend seiner Mitarbeiter ebenfalls Bain-Alumni.

BAINWORKS macht junge Talente zu Unternehmensgründern

Einige Gründertipps hat Stefan Smalla jetzt mit 40 jungen Talenten unterschiedlichster Fachrichtungen geteilt, die vom 25. bis 27. Oktober 2013 am Top-Recruiting-Event BAINWORKS in Lissabon teilgenommen haben. In seinem Impulsvortrag beschrieb der Bain-Alumnus, wie er mit Westwing das "Amazon der Wohnwelt" werden möchte und worauf bei der Gründung eines Internetunternehmens zu achten ist.

In den einzelnen Workshopmodulen und Teampräsentationen konnten die BAINWORKS-Teilnehmer dann unter Beweis stellen, dass auch in ihnen Unternehmensgründer stecken. Zusammen mit Beratern von Bain entwickelten sie eine Internationalisierungsstrategie für ein erfolgreiches deutsches Start-up-Unternehmen und beschäftigten sich dabei mit Fragen, denen sich Unternehmer gegenübersehen: Wie entwickelt man einen Businessplan? Wie viel Kapital braucht das Start-up? Welche Wachstumsstrategie zahlt sich aus? Durch die enge Zusammenarbeit mit den Bain-Beratern tauchten sie zudem tief in die Projektarbeit einer weltweit führenden Managementberatung ein.

"Mit diesem praxisnahen Recruiting-Event möchten wir unsere Position als Toparbeitgeber langfristig stärken", betont Michael Staebe, Partner bei Bain & Company in München und verantwortlich für das Recruiting im deutschsprachigen Raum. "Ziel der Veranstaltung ist es, den Teilnehmern einen realistischen Einblick in die tägliche

Arbeit eines Managementberaters zu geben und gleichzeitig den Kontakt zu hoch qualifizierten potenziellen Bain-Einsteigern zu intensivieren."

Äußerungen wie "Der Workshop war sehr spannend, da die praktischen Übungen viel Know-how vermittelt haben" und "Die internationale Managementberatung ist ein Ziel von mir, da ich dort lerne, wie ein Unternehmer zu denken" unterstreichen die Werthaltigkeit der Veranstaltung für beide Seiten. "Auch im zweiten Jahr von BAINWORKS zeigen uns die Rückmeldungen der Teilnehmer, dass es keinen besseren Weg gibt als den direkten Kontakt mit den Bain-Teams, um unsere Kultur und das Berufsbild Beratung authentisch zu vermitteln", so Staebe. "Die Begeisterung der Studenten war beeindruckend und bestärkt uns darin, dieses Format auch im nächsten Jahr weiterzuführen. Das diesjährige Thema kam so gut an, dass wir bei künftigen Bain-Veranstaltungen den Fokus noch stärker auf das Thema Unternehmertum legen werden."

Als junger Berater lernen, wie ein CEO zu denken

Wie eine Idee strukturiert in die Tat umgesetzt wird, hat auch Henner Schwarz bewiesen. Viele unterschiedliche Industrien und Kunden kennenzulernen, war ausschlaggebend für seine Entscheidung, zunächst in die internationale Managementberatung zu gehen. "Bei Bain habe ich bereits als Associate Consultant gelernt, wie ein CEO zu denken: Setze dich in den Stuhl des Vorstands und überlege, was dein Projekt für Implikationen für das Gesamtbild hat", blickt er auf seine sechs Jahre als Berater zurück.

Schwarz lebt das Bain-Prinzip "We act like owners" nun seit 2011 als Geschäftsführer von Planet Sports. Methodenwissen und die Erfahrungen, die seine Beratertätigkeit geprägt haben, nahm er mit in sein neues Unternehmen. "Konzentriere dich auf die 20 Prozent, die 80 Prozent des Ergebnisses ausmachen! Das ist einer der Grundsätze, die für mich als Unternehmer umso entscheidender sind und die ich nie vergessen werde", sagt Schwarz.

Damit hat er sichtbare Ergebnisse erzielt: Mit einem jährlichen Umsatz von rund 100 Millionen Euro hat sich Planet Sports zu Europas größtem Onlineshop für Boardsports und Streetwear entwickelt. Dieser Erfolg beruht auch auf Erkenntnissen, die Schwarz als Bain-Berater gewonnen hat: "Es geht weniger um die schöne Analyse oder die kreative Idee, als vielmehr um Ergebnisse. Das ist, was für Unternehmer am Ende des Tages zählt."

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik, Bain & Company Germany, Inc.,
Karlsplatz 1, 80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com,
Tel.: +49 (0)89 5123 1246, Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100746761> abgerufen werden.